

和泰保險經紀人股份有限公司

公平待客原則

茲依據金融監督管理委員會民國 104 年 12 月 31 日金管法字第 1040055554 號及 111 年 5 月 12 日金管法字第 1110192104 號函「金融服務業公平待客原則」擬定本原則。

一、建立重視金融消費者保護之企業文化

為建立及維持客戶的信心及信任，本公司應重視客戶之權益，在與客戶業務交往的過程中公平對待客戶，以「公平待客原則」作為本公司企業文化之核心，使「公平待客原則」成為本公司全體員工共同遵循之行為準則。

二、「公平待客原則」政策

本公司應將下述十項原則致力落實於客戶業務交往之過程，以期達到增進客戶對本公司之信心、促進本公司之健全發展、提升整體保險業之形象及促進金融市場健全發展之目標：

- (一) 訂約公平誠信原則
- (二) 注意與忠實義務原則
- (三) 廣告招攬真實原則
- (四) 商品或服務適合度原則
- (五) 告知與揭露原則
- (六) 酬金與業績衡平原則
- (七) 申訴保障原則
- (八) 業務人員專業性原則
- (九) 友善服務原則
- (十) 落實誠信經營原則

三、「公平待客原則」之策略

為確保本公司各部門及提供之商品或服務，從廣告、招攬、服務諮詢及客訴處理等過程均能公平對待客戶，遵循金融消費者保護之規定；並避免本公司從事廣告、業務招攬或營業促銷活動時有內容不實之情形，或與客戶訂立契約前未充分瞭解客戶以銷售適合之商品或服務；或對商品、服務之

重要內容及風險未充分說明及揭露，造成客戶之損害，本公司副總經理應責成相關部門就各部門與客戶之業務往來過程，以「公平待客原則」政策為最高指導原則。

四、「公平待客原則」之監督執行

(一) 責成相關部門

為有效達到「公平待客原則」之執行，本公司應指定副總經理以上主管責成相關部門專責協調督導各部門「公平待客原則」之有效執行。

(二) 教育宣導及人員訓練

將「公平待客原則」政策、策略、內部遵循規章及行為守則納入教育訓練課程，至少每年舉辦一次三小時之教育訓練，並得視實際需要延聘法務部、保險事業發展中心、大專院校或其他機構之學者專家擔任講師。

(三) 檢討改善會議

本公司副總經理應責成相關部門至少每年一次就「公平待客原則」執行情形，於副總經理以上主管督導會議檢討現行「公平待客原則」內部遵循規章及行為守則，是否足以落實「公平待客原則」政策及策略，並向董事會報告，董事會認有不妥當之處應立即改善。

(四) 申訴

發生客戶申訴或金融消費爭議時，應依金融消費爭議處理制度之標準作業流程適時、妥當處理，並應檢視該申訴案件業務交往過程中，本公司有無違反「公平待客原則」或金融消費者保護法規之情形，並適時修正「公平待客原則」策略、內部遵循規章及行為守則。

五、納入內部控制及稽核制度

各項「公平待客原則」之訂定及執行，應納入本公司內部控制及稽核制度。

六、本原則經董事會決議通過後實施，修正時亦同。

和泰保險經紀人股份有限公司

公平待客注意事項

111 年 11 月 08 日修訂

一、 訂約公平誠信原則

(一) 公平原則

1. 本公司應遵守金融消費者保護法、保險法、保險經紀人管理規則、保險經紀人職業道德規範暨自律公約及主管機關函釋規定，以確保並維護客戶之權益。
2. 本公司對客戶之責任，不得預先約定限制或免除。相關法令之強制規定，不得以契約變更之。但有利於客戶者不在此限。
3. 本公司應本於平等互惠及誠信公平原則對待客戶。不得憑恃優勢地位，以不正當手段強迫、引誘或限制客戶締約之自由，或使其接受顯失公平之契約條款。
4. 本公司不得對特定客戶有不公平待遇之情事。

(二) 誠實信用原則

1. 本公司應本於專業，並依社會一般道德、誠實信用原則及保護客戶之精神經營業務。
2. 本公司洽訂保險契約時，不得對客戶做保單條款規定以外之承諾或不實之說明。於客戶發生保險事故時，應協助其辦理理賠，以期獲得公平、合理、迅速之賠償，確保其權益。

(三) 對客戶解釋之原則

本公司解釋保險契約，應依一般客戶之客觀合理了解或合理期待為之，不得拘泥於約款文字。

(四) 審閱期間或撤銷契約機制之告知

本公司應確實對客戶說明保險契約約定之審閱期間或契約撤銷權及申請契約撤銷之作業流程，並對客戶合理要求應迅速給予回應。

二、 注意與忠實義務原則

1. 本公司應以善良管理人之注意義務，為客戶洽訂保險契約或提供相關服務，並負忠實義務，不得損害客戶之利益。
2. 本公司不得以職務上所知悉客戶之消息，洩漏予他人。
3. 本公司不得挪用或侵占保險費或賠款。
4. 本公司針對要保人地址、行動電話號碼及電子郵件信箱是否與業務員相同者，應建立檢核控管機制。

三、 廣告招攬真實原則

(一) 廣告不得有誇大不實、誤導、混淆客戶之情事

本公司從事廣告、業務招攬及營業促銷活動，不得有下列各款之情事：

- 1.違反法令、主管機關之規定。
- 2.虛偽不實、詐欺、隱匿、或其他足致他人誤信。
- 3.損害金融服務業或他人營業信譽。
- 4.冒用或使用相同或近似於他人之註冊商標、服務標章或名號，致有混淆客戶之虞。
- 5.故意截取報章雜誌不實之報導作為廣告內容。
- 6.對於業績及績效作誇大之宣傳。
- 7.以宣告利率或投資報酬率即將調降作為宣傳、銷售訴求或營造商品停售之效應。
- 8.以誇大不實、引入錯誤之宣傳、廣告或其他不當之方法經營或執行業務或招聘人員。
- 9.使用與保險商品有關之廣告、宣傳內容，非屬保險業提供或未經其同意。

本公司應確保廣告內容之真實，對客戶所負擔之義務不得低於前述廣告之內容及進行業務招攬或營業促銷活動時對客戶所提示之資料或說明。

(二) 廣告應以顯著方式揭露風險或限制，並提供完整交易條件資訊

- | | |
|----|---|
| 1. | 本公司應誠實並完整提供客戶交易條件相關資訊，其揭示應以明顯且客戶易於取得之方式辦理。 |
| 2. | 本公司對保險商品或服務內容之揭露如涉及利率、費用、報酬及風險時，應以衡平及顯著之方式表達。 |

(三) 洽訂之商品須經主管機關核准或備查、公司核可

- | | |
|----|--|
| 1. | 本公司不得為未經核准登記之保險業洽訂保險契約，亦不得經紀未經主管機關核准或備查之保險商品或其他金融商品。 |
| 2. | 本公司業務員使用之宣傳及廣告內容，應經本公司核可。其內容並應符合主管機關訂定之資訊揭露規範。 |

(四) 廣告招攬，應標明往來保險業名稱，不得假借其他名義招攬保險

本公司進行廣告招攬，應表明所屬公司之名稱，並標明往來保險業名稱，不得假借其他名義、方式為保險之招攬。

四、 商品或服務適合度原則

(一) 充分瞭解客戶之相關資料以落實執行確保商品或服務對客戶之適合度

本公司與客戶訂立提供商品或服務之契約前，應於主管機關指定之範圍內，主動提供書面分析報告，並應依本辦法規定充分瞭解客戶之相關資料及依不同商品或服務之特性，建立差異化事前審查機制，以確保該商品或服務對客戶之適合度；前項充分瞭解客戶之事項，其內容應包含下列事項：

- (1)客戶是否符合投保之條件。
- (2)客戶之投保目的及需求。
- (3)客戶已確實瞭解其所繳交保險費係用以購買保險商品。
- (4)評估客戶投保險種、保險金額及保險費支出與其實際需求已具相當性。
- (5)客戶如係投保外幣收付之保險商品，已評估客戶對匯率風險之承受能力。

- (6) 客戶如係投保投資型保險商品，已評估客戶之投資屬性、風險承受力，並已評估客戶確實瞭解投資型保險之投資損益係由其自行擔，且不得提供逾越客戶財力狀況或不合適之商品。
- (7) 對同一保戶於同一日生效之不同保單，保戶風險屬性評估有不一致時，應確實瞭解客戶風險屬性差異之原因。
- (8) 招攬原則：應請客戶提供相關財務資訊，若客戶拒絕提供，招攬人員須於要保書予以註記，並請其於註記處親自簽名確認。
- (9) 客戶資料運用及保密原則：應訂定客戶資料運用、維護範圍及層級，並建立防範客戶資料外流等不當運用之控管機制。

(二) 適合度原則之實踐

本公司不得利用客戶之資料進行誤導或不當行銷方式勸誘、推介與客戶風險屬性不相符之保險商品，亦不得僅以客戶資料與保險商品間之報酬率為差異比較，而忽略各類商品之風險特性及產品屬性，或未就報酬與風險為衡平對稱之揭露等情事。

(三) 複雜性高風險商品內部控制及稽核制度

- | | |
|----|---|
| 1. | 本公司業務員銷售投資型保險商品，應遵守投資型保險商品銷售應注意事項及投資型保險商品銷售自律規範之規定。 |
| 2. | 本公司業務員於銷售複雜性高風險商品時，應確實遵循相關法令規定，以避免不當招攬之情事發生。 |

五、 告知與揭露原則

(一) 訂約前充分揭露資訊，說明重要內容

- | | |
|----|---|
| 1. | <p>本公司對於商品之資訊揭露，應善盡說明之義務，使客戶充分了解保險契約內容，不得故意隱匿保險契約重要事項，並應遵守下列基本原則：</p> <p>(1) 商品名稱應表明商品之主要性質。不得有違反公序良俗或誤導消費者之名詞。</p> <p>(2) 任何揭露之資訊或資料均必須為最新且正確，所有陳述或圖表均應公平表達，並不得有引人錯誤、隱瞞之情事。</p> <p>(3) 銷售文件之用語應以中文表達、力求白話，必要時得附註原文；涉及專有名詞時，並須加註解釋。</p> |
| 2. | <p>本公司應依各類金融商品或服務之特性向客戶說明重要內容如下：</p> <p>(1) 客戶對該金融商品或服務之權利行使、變更、解除及終止之方式及限制。</p> <p>(2) 本公司對該金融商品或服務之重要權利、義務及責任。</p> <p>(3) 客戶應負擔之費用及違約金，包括收取時點、計算及收取方式。</p> <p>(4) 金融商品或服務有無受存款保險、保險安定基金或其他相關保障機制之保障。</p> <p>(5) 因本公司所提供之金融商品或服務所生紛爭之處理及申訴之管道。</p> <p>(6) 其他法令就各該金融商品或服務所定應定期或不定期報告之事項及其他應說明之事項。</p> <p>(7) 本公司提供之金融商品或服務屬投資型商品或服務者，應向客戶揭露可能涉及之風險資訊，其中投資風險應包含最大可能損失、商品所涉匯率風險。</p> <p>本公司向客戶說明重要內容及揭露風險時，應留存相關資料；依其他法令規定應錄音錄影</p> |

	者，並應依其規定辦理。
3.	本公司於執行或經營業務時，應盡善良管理人之注意及忠實義務，維護被保險人利益，確保已向被保險人就洽訂之保險商品之主要內容與重要權利義務，善盡專業之說明及充分揭露相關資訊，確保作業程序及內容已遵循相關法令規定，並將有關文件留存建檔供查閱。
(二) 告知與揭露之方式：訂約前以顯著方式或當面表達，核保前再次確認	
1.	保險契約文件，應確實由客戶親自填寫簽名，未經同意或授權，不得代為填寫；且不得有妨害其告知或唆使其不告知或為不實告知之行為。
2.	本公司對客戶進行之重要事項說明及風險資訊揭露，應遵守下列基本原則： (1) 應本於誠實信用原則，並以客戶能充分瞭解之方式為之。 (2) 任何說明或揭露之資訊或資料均須正確，所有陳述或圖表均應公平表達，並不得有虛偽不實、詐欺、隱匿、或足致他人誤信之情事，上述資訊或資料應註記日期。 (3) 銷售文件之用語應以中文表達，並力求淺顯易懂，必要時得附註原文。 (4) 所有銷售文件必須編印頁碼或適當方式，俾供客戶確認是否已接收完整訊息。說明及揭露前項內容，應以顯著字體或方式表達。必要時得由招攬之業務人員當面解說，或予以標示重點，協助客戶審閱，並應予以詳加說明。
3.	本公司將要保文件送交保險業完成核保作業前，應依法令規定對客戶進行電話訪問，以確實瞭解客戶之需求、商品或服務之適合度，及本公司已充分說明契約重要內容並揭露風險。
(三) 向客戶收取報酬者，應告知客戶報酬標準	
本公司向客戶收取報酬前，應明確告知其報酬收取標準。	
(四) 個人資料保護之相關權益	
1.	本公司與客戶洽訂契約時，若涉及個人資料之蒐集、處理及利用者，應向客戶充分說明個人資料保護之相關權利，以及拒絕同意可能之不利益。其文字使用應和緩中性，避免有直接拒絕提供服務或拒保之意涵。
2.	本公司應妥慎保管因業務接觸所獲悉客戶之一切資訊，禁止洩露機密資訊或有不當使用之情事，並確實遵守個人資料保護法之相關規定。
六、 酬金與業績衡平原則	
(一) 酬金制度制定及修正	
本公司酬金制度制定及其修正，應遵同業公會所定原則，並提報董事會通過。	
(二) 酬金制度應衡平考量各項風險，不得僅考量業績目標	
本公司之酬金制度，應符合下列原則：	
1.應衡平考量客戶權益、保險商品或服務對公司及客戶可能產生之各項風險，並應綜合考量財務指標及非財務指標因素。 2.避免引導業務員為追求酬金而從事逾越公司內部作業規範之行為，並應定期審視酬金制度，以確保其符合公司之管理政策。 3.應注意業務員是否充分瞭解要保人及被保險人之事項，並考量招攬品質及招攬糾紛等因素，避免業務員不當賺取酬金之情事。	

- 4.保險商品依保險法令、公會自律規範或本公司規定致保險契約撤銷、無效、解除時，應按與業務員所簽訂之合約或其所適用之辦法規定追回已發放之酬金。
- 5.酬金制度不得僅考量業績目標之達成情形，應避免於契約成立後立即全數發放。
- 6.業務員之離職金約定應依據已實現之績效予以訂定，以避免短期任職後卻領取大額離職金等不當情事。

七、 申訴保障原則

1. 本公司應建立客戶申訴之消費爭議處理制度，其內容至少應包括消費爭議之範圍、組織架構、受理方式、處理流程、處理時效、進度查詢、追蹤稽核、教育訓練與定期檢討等。
2. 本公司應指定專人，或設立、指定相關部門處理客戶申訴與保險業務所衍生之爭議案件。
3. 本公司對客戶之申訴應積極進行處理，並在適當時日內迅速給予客戶妥適回覆。

八、 業務人員專業性原則

(一) 一定資格及登錄

1. 本公司保險業務員應依照保險業務員管理規則或保險經紀人管理規則之規定取得證照，並應依規定辦理登錄，未領得登錄證前，不得為本公司招攬保險或執行業務。
2. 本公司之保險商品廣告代言人如有解釋保險商品內容或保單條款之行為，須具備保險業招攬人員資格始得辦理。

(二) 教育訓練

1. 本公司業務員應自登錄後每年參加本公司辦理之教育訓練；若不參加教育訓練者，應撤銷其業務員登錄；參加教育訓練成績不合格，於一年內再行補訓成績仍不合格者，亦同。
2. 本公司應於自行辦理之教育訓練課程中，向業務員（含電話行銷人員）宣導招攬保險契約之正確觀念及作法，並應將涉及道德危險或不當節稅爭議之案例納入教育訓練教材內容，以提高業務員對此類案件之警覺性。

九、 友善服務原則

1. 本公司業務員應每年參加公平對待六十五歲(含)以上客戶之相關教育訓練。
2. 本公司業務員對六十五歲(含)以上客戶投保案件，應評估客戶是否具有辨識不利其投保權益情形之能力、保險商品適合該客戶及評估理由，並做成評估紀錄載明於招攬報告書。
若六十五歲(含)以上客戶不具辨識不利其投保權益之能力，本公司應婉拒承保投資型商品或限制不得選擇高風險或較複雜之投資標的。
3. 本公司不適合銷售予六十五歲(含)以上之如下投資型保險商品：
(1)投資型人壽保險甲型，但被保險人未達六十五歲、或是已達六十五歲而以「人壽保險商品死亡給付對保單價值準備金（保單帳戶價值）之最低比率規範」的比率下限投保者，不在此限。
(2)所連結投資標的為風險等級屬 RR5 之證券投資信託基金受益憑證/境外基金/委託全權委託投資事業代為運用與管理之全權委託帳戶，及不得銷售金融消費者保護法所稱之複雜性高風險商品。但各會員得確認要保人具相當金融投資或財富管理經驗者，不在此限。

	(3)有強制要保人須定期繳費才可維持契約效力之設計。
	(4)被保險人投保年齡加年金累積期間合計晚於八十歲之投資型年金保險商品。
4.	本公司銷售各種有解約金之非投資型保險商品予六十五歲(含)以上之客戶，或銷售投資型保險商品予六十五歲(含)以上之客戶，應經客戶同意後將銷售過程依保險業所規定之作業予以錄音或錄影。如客戶不同意進行錄音或錄影者，本公司應婉拒投保。
5.	本公司應確認要保人或被保險人對商品之適合度，包括對六十五歲以上之客戶提供適合之保險商品。
6.	本公司應確認或告知對於年齡在六十五歲以上之客戶，應依客戶所購買保險商品不利於其投保權益之情形進行關懷提問，以確認客戶瞭解保險商品特性對其之潛在影響及各種不利因素。
7.	本公司處理六十五歲以上之客戶之爭議案件，應考量客戶之理解能力、商品適合度並適當減輕其舉證責任，如有疑義時，就事實作有利於客戶之認定。
8.	本公司對身心障礙客戶，應充分告知需提供之資料，協助其填具相關申請書據。
9.	本公司應依其個別需求，提供適當之友善服務措施，如提供保險電子商務、線上服務或到府服務等，並引導其採用合適之服務方式，如臨櫃、書面、電子郵件、電話、簡訊、文字客服、視訊通話等，並建立主動關懷通知機制。
10.	本公司應確實遵循「保險業務員協助身心障礙者投保機制」，盡力保障身心障礙者投保權益。
十、 落實誠信經營原則	
1.	本公司應確實督促所任用之經紀人，不得有保險經紀人管理規則第 49 條規定之各款行為。
2.	本公司應確實督促所屬業務員，不得有保險業務員管理規則第 19 條規定之各款行為。